



## **Tätigkeitsbericht 2018 des Rates für Stadtmarketing**

### **Allgemeine Situation**

Zum 01. Januar 2017 hat der Rat für Stadtmarketing auf Wunsch der Stadt Eupen die geschäftlichen Aktivitäten des Verkehrsvereins Eupen V.O.G. mit allen Verpflichtungen und Verantwortungen übernommen. Dementsprechend wurde das angestellte Personal des Verkehrsvereins unter Berücksichtigung aller schriftlichen Absprachen und Anerkennung sämtlicher erworbener Rechte übernommen.

Der RSM übernahm ebenfalls alle bestehenden Vereinbarungen (z.B. mit der Stadt) und den Mietvertrag des Verkehrsvereins.

Der Verkehrsverein ist in seinem Fortbestand nicht gefährdet und konzentriert sich auf seine Kernaufgaben (Aktivitäten zur Verschönerung und Belebung der Innenstadt), sowie auf eine Beraterrolle und Ideengeber. Das Augenmerk soll auf der Beibehaltung bestehender Aktivitäten und auf der Entwicklung neuer Ideen liegen. Die laufenden Aktivitäten sind folgende:

- Weihnachtsmarkt
- Lambertusmarkt
- Entenrennen
- Vermietung der Grillhütte
- Markierung der Wanderwege
- Vermietung der Weihnachtsbuden, die das Eigentum des VV bleiben

**In diesem Zusammenhang hat der Rat für Stadtmarketing die Verantwortung und Leitung des Tourist-Info Büros übernommen ohne dass sich an den Angeboten für Touristen und Besuchern, sowie den bekannten und geschätzten Dienstleistungen des Tourist-Info etwas geändert habe .**

**Der Rat für Stadtmarketing wird im Rahmen seines zur Verfügung stehenden Budgets die Veranstaltungen des Verkehrsvereins (Lambertusmarkt, Weihnachtsmarkt, Entenrennen, ...) finanziell unterstützen.**

### **Personalsituation**

Geschäftsführer	Alain Brock – Vollzeit
Mitarbeiterinnen	Brigitte Haag 80%
	Marion Decker 80%
	Julia Palm 50%

## **Allgemeine Tätigkeiten im Auftrag der Stadt Eupen und des Verwaltungsrates Rates für Stadtmarketing :**

- Erledigung der täglich anfallenden Arbeiten (Tagesgeschäft) bei der Durchführung der regulären Öffnungszeiten des RSM-Büros
- Geschäftsführung des Rates für Stadtmarketing : Verwaltung, Budgetplanung, Buchhaltung, Terminplanung, Schriftverkehr, ...
- Wöchentliche Teambesprechung mit den Mitarbeiterinnen – diese findet jeden Montag in der Zeit zwischen 12.00 und 13.00 statt.
- Teilnahme an Versammlungen und Konferenzen
- Der RSM ist durch seinen Präsidenten und seinen Geschäftsführer im Mobilitätsausschuss der Stadt Eupen vertreten
- Der RSM ist durch seinen Geschäftsführer im Redaktionsteam von „Eupen erleben“ vertreten
- Der RSM ist durch seinen Geschäftsführer im Lenkungs- und Steuerungsausschuss für die Internetpräsenz vertreten
- Der Geschäftsführer des RSM ist die Vertretung des zuständigen Schöffen im Direktionsrat der TAO
- Regelmäßiger Austausch zwischen Gemeindegremium (Schöffe Arthur Genten) und dem Rat für Stadtmarketing (Geschäftsführer Alain Brock). Dieser Austausch findet wöchentlich jeweils Montag um 11.00 statt.
- Redaktion der wöchentlichen RSM-Neuigkeiten
- Zusammenarbeit mit dem Tourist-Info und Schaffen von Synergien
- Einholen von Sponsoring
- Planung und Schaltung von Werbeanzeigen in Fachzeitschriften regional und überregional um die Vermarktung Eupens voranzutreiben.
- Organisation und Führung der Arbeitskreise
- Vorbereitung der Verwaltungsratssitzungen und der Generalversammlung
- Erstellen der Protokolle
- Planung, Entwicklung, Umsetzung und Begleitung von Projekten
- Pflege der Kontakte nach außen, Geschäfts-, und Kulturwelt, Verwaltungen

Der Allgemeine Auftrag der Stadt Eupen an den Rat für Stadtmarketing basiert auf dem Geschäftsführungsvertrag vom 19. Dezember 2016

Der Rat für Stadtmarketing hat das Ziel die Stadt Eupen zu einem attraktiven und hochwertigen Wirtschafts-, Tourismus- und Wohnstandort innerhalb der wachsenden, regionalen und

internationalen Standortkonkurrenzen weiter zu entwickeln und zu positionieren. Die Umsetzung dieses Ziels orientiert sich an den Leitlinien und Leitbildern des Stadtentwicklungsplanes des Strategiekonzeptes 2020.

Für die Umsetzung dieses Zieles legt die Stadt folgende Entwicklungsziele für die folgenden drei Jahre fest (2017 – 2019):

**1. Stärkung des Images der Stadt nach außen und nach innen**

- Verbesserung des Images der Stadt, Entwicklung einer Corporate Identity
- Stärken der Identifikation der Einwohner mit ihrer Stadt
- Aktive Einbeziehung der Einwohner in Entscheidungsprozesse durch Kommunikation von Zielen und Projekten
- Themenorientierte Einbeziehung aller an der Entwicklung der Stadt interessierten, aktiven Kräfte
- Verstärkung der Zusammenarbeit zwischen dem Rat für Stadtmarketing und den städtischen Diensten
- „Öffnung“ des Rates für Stadtmarketing für die Bereiche Jugend und Soziales

**2. Steigerung der Attraktivität der Innenstadt**

- Koordinierung der Veranstaltungen
- Belebung der Innenstadt
- Gezielte Angebote für den Touristen weiterentwickeln
- Verbesserung der Leerstandsituation in der Stadt durch die Entwicklung neuer Konzepte und die Mitarbeit zur Erstellung einer Einzelhandelscharta
- Pflege und Weiterentwicklung eines attraktiven Stadtbildes

**3. Aufbau neuer Kommunikationswege zur Positionierung der Stadt Eupen innerhalb der Region und der Entwicklung neuer Verkaufsstrategien für den Einzelhandel**

- Ausbau von Angeboten aus den wirtschaftlichen, soziokulturellen und touristischen Bereichen sowie Bündelung der dort aktiven Kräfte
- Weiterführung und Pflege der Rubriken „Tourismus“ und „Stadtmarketing“ der städtischen Webseite zur touristischen und wirtschaftlichen Vermarktung der Stadt
- Nutzung der neuen Medien für die Festigung und Erschließung neuer Kundenkreise für den Einzelhandel

Als Grundlagendokumente für die Umsetzung gelten die in den letzten Jahren entwickelten Strategiepapier, Konzepte und Analysen der Stadt und des Rates für Stadtmarketing. Diese sind Bestandteil des Geschäftsführungsvertrages und dienen als Grundlage für die weitere Arbeit :

- Strategiekonzept 2014 – Grundideen und Zielsetzungen

- Arbeitsdokument Mobilität
- Analyse der Geschäftssituation in Eupen
- Konzept 2020

## **A. Strategische Planungen des Rates für Stadtmarketing**

### **1. Konzept 2020**

Basierend auf seinem bereits in 2012 erarbeiteten Strategiekonzept hat der Rat für Stadtmarketing sein Konzept 2020 in 2015 erarbeitet.

Strategiekonzept 2012

Um den Bekanntheitsgrad der Stadt Eupen in sämtlichen Bereichen zu erhöhen, ist die Zusammenarbeit sämtlicher Partner zwingend erforderlich und es bedarf gemeinsamer Anstrengungen um die definierten Zielsetzungen zu erreichen. Ein attraktiver Einzelhandelsstandort zeichnet sich fast immer durch ein attraktives Stadtzentrum aus. Ganz nach dem Motto : Einkaufen, Erleben, Verweilen, Genießen. Einkaufen wird immer mehr zu einem Erlebnis und dies muss auch in Eupen der Fall sein.

Es gilt eine langfristige Bindung von Einheimischen, Besuchern, Touristen und Gästen zu schaffen und die Verweildauer im Zentrum und damit auch die Kaufbereitschaft zu erhöhen. Ein koordiniertes Zusammenspiel verschiedener Partner schafft die Voraussetzungen für einen attraktiven Einkaufsstandort.

Gestalter eines attraktiven Einkaufsstandortes :

1. Politik & Verwaltung
2. Einzelhandel
3. Bewohner/Einheimische
4. Rat für Stadtmarketing
5. Kultur, Tourismus und Sport

Konzept 2020 :

Ziel ist die Schaffung einer positiven Wahrnehmung Eupen im regionalen und euregionalen Umfeld. Um dies zu erreichen muss Eupen an seiner Unverwechselbarkeit arbeiten und seine unverwechselbaren Trümpfe ausspielen.

Voraussetzungen, Zielsetzungen und Schwerpunkte werden in diesem Konzeptpapier, welches durch die verschiedenen Mitgliedsverbände des Rates für Stadtmarketing erarbeitet wurde, definiert.

In einer Strategietagung am 04. 2016 März hat der Rat für Stadtmarketing die Alleinstellungsmerkmale Eupens herausgearbeitet neu definiert.

Innenstädte stehen in permanenter Konkurrenz untereinander um auf sich aufmerksam zu machen und Besucher und Publikum anzuziehen. Daher müssen Innenstädte, auch an ihrer Unverwechselbarkeit arbeiten.

Der Rat für Stadtmarketing hat in verschiedenen Sitzungen die verschiedenen Trümpfe Eupens erarbeitet.

Welche unverwechselbaren Trümpfe hat Eupen?

1. Eupen liegt am Schnittpunkt der romanischen und germanischen Kulturen. Nicht nur die Mehrsprachigkeit ist gegeben, sondern auch eine gesunde Mischung von Lebensqualität.
2. Eupen ist im Krieg verschont geblieben und verfügt über eine ansehnliche Bausubstanz aus dem 18. und 19. Jahrhundert. Ein wichtiges kulturelles Erbe.
3. Nicht nur Wälder umringen die Stadt. Eupen ist auch das Tor zum hohen Venn, eine außergewöhnliche Moorlandschaft.
4. Eupen ist die Hauptstadt Ostbelgiens, eine der bestens geschützten Minderheiten in Europa.

Innerhalb des Verwaltungsrates des Rates für Stadtmarketing hat sich eine Strategiegruppe gebildet, die bei ihren regelmäßigen Treffen verschiedene Strategiepunkte bearbeitet, die dann dem Verwaltungsrat präsentiert werden.

Themen:

- Vertretung des Bereiches Jugend in Verwaltungsrat des Rates für Stadtmarketing
- Standortfrage Rat für Stadtmarketing/Tourist Info
- Umsetzung unverwechselbare Trümpfe in Kommunikation und Werbung
- Planung Studientag Solidarwirtschaft

- Ein 5. Alleinstellungsmerkmal : Eupen liegt am Zusammenfluss von 2 Flüssen, Weser und Hill. Dies hat kaum eine Stadt zu bieten. Um dieses Merkmal allerdings vernünftig bewerben zu können muss der Scheiblerplatz und das Ufergelände gestaltet werden.

## **2. Bundesverband City und Stadtmarketing Deutschland**

Seit 2011 ist der Rat für Stadtmarketing Mitglied im Bundverband für City und Startmarketing. Auch sind wir seit unserem Eintritt in den Bundverband, Mitglied im Landesverband Nord Rhein Westfalen. Regelmäßig nimmt der Geschäftsführer an den Treffen teil, um sich auszutauschen und um über die neuesten Entwicklungen im Stadtmarketing informiert zu bleiben.

Von Sonntag 22 April bis Dienstag 24. April hat der Geschäftsführer am Stadtmarketingtag 2018 im benachbarten Aachen teilgenommen.

Tagungsthema : Häuser allein machen keine Städte. Stadtgefühl als Gemeinschaftsaufgabe

- Kultur und Zusammenleben in der Stadt
- Stadtidentität und Stadtkultur– Wem gehört die Stadt?
- Anforderungen im Stadttourismus

## **3. Leader Projekt – Lokale Aktionsgruppe „Zwischen Weser und Göhl“**

Der Rat für Stadtmarketing hat einen effektiven Sitz in der Generalversammlung „Zwischen Weser und Göhl“ erhalten. Der Geschäftsführer Alain Brock bekleidet im Vorstand das Amt des Kassierers.

Die Gemeinden Eupen, Raeren und Lontzen haben einen gemeinsamen Leader Antrag im Rahmen der im Juli 2015 erfolgten Gutheißung des Wallonischen Programms zur ländlichen Entwicklung 2014-2014 durch die EU-Kommission sowie die Regierung der Wallonischen Region eingereicht. Dieser Antrag wurde positiv beschieden und die Aufgaben der gegründeten V.O.G. umfasst folgende Aspekte :

- Genehmigung, Begleitung und Überwachung der im Rahmen des strategischen Entwicklungskonzeptes der Lokalen Aktionsgruppe (LAG) „Zwischen Weser und Göhl“ vorgesehenen Projekte;
- Weiterentwicklung des strategischen Entwicklungskonzeptes zu einem Gebietsentwicklungsplan;
- Austausch- und Konzertierungsgremium zur Entwicklung des LAG-Gebietes und der angrenzenden Gemeinden

Leader Projekt Bereich Wirtschaft :

Tätigkeitsbericht 2018 des Rates für Stadtmarketing

Nachhaltige Förderung, Verbesserung und Vermarktung des Wirtschaftsraums : Standort, Unternehmen und Einzelhandel.

Der Rat für Stadtmarketing ist aktiv an der Umsetzung dieses Projektes durch seinen Präsidenten Alfred Küchenberg und seinen Geschäftsführer Alain Brock eingebunden.

Im Rahmen des Leaderprojektes - Bereich Einzelhandel – hat der Rat für Stadtmarketing in 2017 erneut eine Geschäftsanalyse in der Eupener Innenstadt durchgeführt. Analysiert werden die seitens der Stadt und des RSM festgelegten Geschäftsstraßen : Paveestraße, Kirchstraße, Klosterstraße, Rathausplatz, untere Bergstraße, Gospert, Werthplatz, Aachener Straße bis zur Eisenbahnbrücke, Haasstraße und Schilsweg. Die Erhebung von 2015 wurde überarbeitet und aktualisiert. Analysiert wurde der Leerstand, der Branchenmix, das Verhältnis Wohnfläche – Geschäftsfläche,...

Die Ergebnisse wurden der Segefa, (Universität Lüttich) übermittelt und sind in die globale Analyse der Segefa eingeflossen.

Am 15. März 2018 hat im Quartum Zentrum ein Workshop mit Vertretern aus Wirtschaft, Politik, Einzelhandel und Bürgerschaft stattgefunden , wo die Segefa die Resultate ihrer Analyse präsentiert hat. In verschiedenen Arbeitsgruppen wurden Projekte zur Dynamisierung des Einzelhandels erarbeitet.

Am Donnerstag 21. Juni hat Segefa dann ihre Schlussanalyse und Lösungsvorschläge vorgestellt. Viele dieser Vorschläge bzw. Lösungsansätze sind bekannt oder bereits umgesetzt : z. Bsp. gemeinsame Treuekarte.

Leader Projekt Bereich Tourismus

Touristische Profilierung einer homogenen Erlebniswelt im Norden Ostbelgiens

Dieses Projekt zielt auf eine gemeindeübergreifende Konzeptentwicklung, Vermarktung und engere Zusammenarbeit im Tourismus ab.

Der Rat für Stadtmarketing ist aktiv an der Umsetzung dieses Projektes durch seinen Geschäftsführer Alain Brock eingebunden.

### **O-asen**

Auf Basis der Ergebnisse der durch die Beratungsagentur Mikunda-Schulz erstellten Studie wurde entschieden Ostbelgien als einen einzigen Erlebnisraum unter dem Slogan „Europas kraftvoller Garten“ zu vermarkten.

Sie sollen im Rahmen des Projektes O-asen geschaffen werden. Diese O-asen sollen landwirtschaftliche Elemente im Rahmen des neuen Slogans inszenieren. Bei dem Begriff O-ase wird bewusst auf das O hingewiesen (Ostbelgien).

Um als O-ase ausgewählt werden zu können sollen verschiedene Merkmale beachtet werden

- Ey-Catcher (ungewöhnlicher Blickfang)
- Besonderer Aussichtspunkt
- Spuren der Vergangenheit mit Bezug zur regionalen Gegenwart
- Magische Verweil- und Rastplätze

Für Eupen wurden 2 Standorte für mögliche O-asen festgelegt :

- Binstert
- Katharinenbusch – Am Busch

Ein Kriterienkatalog wurde erstellt um die O-asen zu entwerfen. Es wurde Kontakt mit hiesigen Kunstschaffenden aufgenommen um lokale Künstler in die Gestaltung und Entwicklung aufzunehmen

Es wurde ein Angebotsaufruf formuliert der sich an die Unternehmen unserer Region richtete. Leider entsprach keines der bis Ende September 2018 eingegangenen Angebote den inhaltlichen und technischen Anforderungen des Aufrufs. Auch wurde der festgelegte finanzielle Rahmen nicht respektiert.

Auf einem Treffen Ende November 2018 wurde entschieden, ein einheitliches Sitzmobiliar für alle O-asen entwerfen zu lassen. Dieses wird dann auch als Wiedererkennungsmerkmal dienen. Die Individualität sollen die einzelnen O-asen durch naturräumliche Installationen in Form von Holzpalisaden, Buchenhecken, Blausteinwände,... erhalten.

Bis zum Sommer 2019 sollen die O-asen realisiert sein.

### **Mountainbikestrecken im Norden Ostbelgiens**

Ein weiteres Projekt im Bereich Tourismus ist die Entwicklung und Erstellung eines Wegestreckennetzes für Mountainbiker. Es soll ein flächendeckendes und grenzüberschreitendes MTB-Netz im Norden Ostbelgiens entstehen, idealerweise als verbindendes Element der O-asen, basierend auf dem neuen Slogan „Europas kraftvoller Garten“.

Das Netz soll flächendeckend angelegt werden und den unterschiedlichen Ansprüchen der verschiedenen Nutzergruppen (Familien, Gelegenheitsfahrer, „Profis“.

Neben Vertretern aus Politik, Tourismus und RSM sind auch ambitionierte Mountainbiker in der Arbeitsgruppe vertreten.

In einer ersten Phase wurden die Streckeninformationen erhoben. Strecken wurden benannt, festgelegt und digitalisiert mit Hilfe einer GIS-Software.

Auch wurden diese Strecken mit dem bestehenden Wanderknotenpunkt abgeglichen.

In einer zweiten Phase wurden die ausgewählten Strecken dann der Forstverwaltung präsentiert.

Die Forstverwaltung hatte allerdings für viele der ausgewählten Strecken Beanstandungen.

Wir sehen uns nun gezwungen verschiedene Streckenführungen zu überarbeiten.

Es gilt einen Konsens mit der Forstverwaltung zu finden. Denn die Mountainbiker nur über breite oder asphaltierte Waldwege zu führen macht keinen Sinn und steht nicht für die Attraktivität des Streckennetzes.

## **4. Eupener Einzelhandelscharta**



Die Stadt Eupen (Claudia Niessen), die Verwaltung (Kay Raddatz und Ralph Bosten), die Wirtschaftsförderungsgesellschaft (Nathalie Klinkenberg) und der Rat für Stadtmarketing (Alain Brock) haben in der Zeit von März 2015 bis Januar 2018 eine Eupener Einzelhandelscharta erstellt. Auch die Vertreter der Geschäftsstraßen waren eingebunden.

Diese Einzelhandelscharta in Form einer Broschüre gibt sämtlichen potenziellen neuen Einzelhändlern vielfältige Informationen rund um eine möglich Geschäftseröffnung in Eupen : Allgemeine Informationen, wirtschaftliche Infos, Denkmalschutzinformationen, Regelung Fassadenwerbung, Analyse Geschäftswelt, welches Geschäft darf sich wo niederlassen...

Am 13. März 2018 wurde die Einzelhandelscharta dem Stadtrat und verschiedenen Kommissionen präsentiert. In der nachfolgenden Diskussion wurden verschiedene Punkte angesprochen (Name, Aufbau, juristischer Wert,...).

Verschiedene der angesprochenen Punkte sollen nun in die Charta eingearbeitet werden und dann erneut dem Stadtrat präsentiert werden.

## **5. Vitail 18 – Kompetenzforum für Handel und vitale Innenstädte**

Vitail ist ein Kompetenzforum für Handel und vitale Innenstädte“ und das erste ganzheitlich orientierte Kompetenzzentrum für Handel und Stadtentwicklung in Deutschland.

Dank unserer Mitgliedschaft im Bundesverband City und Stadtmarketing Deutschland konnte der RSM sich für dieses Kompetenzforum am 22. Februar in Langenfeld einschreiben und der Arbeitsgruppe beitreten.

In Form von Workshops und interaktiven Gruppenarbeiten wurden verschiedene Themen bzw. Fragestellungen diskutiert :

- Wie wollen wir morgen in unseren Städten leben?
- Welche Rolle sollen der Handel und digitale Angebote dabei spielen?
- Und wie können wir Innenstädte, Quartiere und andere Standorte in diesem Sinne für Kunden attraktiv gestalten.

## **6. IFH-Untersuchung „Vitale Innenstädte“**

Dank der Mitgliedschaft im Bundesverband für City und Stadtmarketing Deutschland hatte der RSM erneut die Möglichkeit sich an der durch das Institut für Handelsforschung Köln organisierten Umfrage „Vitale Innenstädte“ zu beteiligen. Bei dieser deutschlandweit durchgeführten Umfrage wurden die Besucher der Innenstadt über das Kaufverhalten , die Verweildauer in der Innenstadt, die Attraktivität der Innenstadt, das Einzelhandelsangebot, das gastronomische Angebot, die Parksituation, das On-line Einkaufen, der Einfluss von Veranstaltungen auf den Besuch der Innenstadt ... befragt.

Durchgeführt haben wir die Umfrage Ende September 2018 erneut mit den Schülern des 6. Jahres des Miniunternehmens der PDS.

458 Besucher der Innenstadt wurden befragt.

Das Institut für Handelsforschung wird uns die repräsentative Auswertung und Analyse Ende Januar 2018 zustellen. Sobald die Resultate der deutschlandweiten Umfrage im Wirtschaftsministerium in Berlin präsentiert worden sind, dürfen wir diese auch dem interessierten Publikum in Eupen präsentieren. Auch wird uns die Möglichkeit gegeben die Resultate der diesjährigen Umfrage mit den Ergebnissen der Umfrage von 2016 zu vergleichen. So können wir die Entwicklung analysieren und strategische Schlüsse ziehen.

### **7. Standortfrage Rat für Stadtmarketing – Tourist Info**

Da unsere derzeitige Immobilie nicht barrierefrei ist, stellt sich die Frage des Standortes. Seitens der DG wurde sämtlichen Tourist-Info Büros, die nicht barrierefrei sind, eine Übergangsperiode bis zum 31.12.2021 eingeräumt. Ab diesem Datum wird man keinen Funktionsausschuss für das betroffene Tourist-Info Büro mehr erhalten. Für das Tourist-Info Büro in Eupen beläuft sich der Funktionszuschuss auf 22.000€

Nachdem sich der Standort Pavillon nach vielen Diskussionen und trotz weitvorangeschrittener Planung (Projekt war komplett seitens unserer Innenarchitektin Nadine Kaldenbach ausgearbeitet) aus verschiedenen Gründen doch noch zerschlagen hat :

- Fehlender Aufzug zum 1. Stockwerk
- Mangelnder Wille der Eigentümer (Familie Gier) an einer konstruktiven Zusammenarbeit mit dem Rat für Stadtmarketing

wurde ein neues Projekt für den Standort Klosterstraße (Neubau EU-Immobilien) entwickelt.

Für dieses Projekt konnte allerdings kein Konsens mit dem Gemeindegremium erzielt werden.

Als neuer Standort wurde schlussendlich nach einer konstruktiven Diskussionsrunde mit dem Gemeindegremium einvernehmlich das Erdgeschoss des alten Rathauses ausgewählt.

Auf einer Fläche von 232m<sup>2</sup> sollen die Büros des Rates für Stadtmarketing/Tourist-Info angesiedelt werden. Die Fläche erstreckt sich über die derzeitigen Büros des Empfangs, des Sozialdienstes und des Standesamtes inklusive Warteräume und Nebenräume. Im angrenzenden Büro des Bevölkerungsdienstes soll ein multifunktionaler Versammlungsraum entstehen. Dieser wird dem Rat für Stadtmarketing, dem Verkehrsverein sowie den verschiedenen städtischen Kommissionen als Versammlung zur Verfügung stehen.

Der Innenhof soll ebenfalls in das Projekt integriert werden und aufgewertet werden.

In einer ersten Phase soll eine Machbarkeitsstudie seitens unserer Innenarchitektin erstellt werden. Diese soll eine Planung der verschiedenen Arbeiten sowie eine erste Kostenschätzung beinhalten.

Um die Prozeduren zu beschleunigen, schlägt der RSM vor in Phasen zu arbeiten:

- Ortsbesichtigung, Aufmaße und Digitalisierung
- Analyse des Gebäudes, Erstellung Vorprojekt und Erstellung einer 3D-Präsentation
- Projektbeschreibung

Um die Kosten zu senken, kann der RSM auf die Hilfe des technischen Dienstes zurückgreifen.

Der Umbau und die Einrichtung soll unter der Obhut des RSM geschehen. Alle Beteiligten sind der Meinung, dass der Standort altes Rathaus sich bestens zur Einrichtung des RSM eignet und das historische Rathaus dadurch eine Aufwertung erfahren wird. Die neuen Räumlichkeiten sollen zu einem Prestigeobjekt werden, was natürlich auch die dementsprechenden Investitionen nach sich ziehen wird.

## **B. Projekte des Rates für Stadtmarketing**

Die Projekte des Rates für Stadtmarketing sind im Einklang mit der im Geschäftsführungsvertrag mit der Stadt Eupen vereinbarten Aufträgen.

Der Rat für Stadtmarketing Eupen hat mit denselben Problemen wie andere Citymanagements zu kämpfen. Es gilt den Spagat zu schaffen zwischen Eventorganisation und strategischer Denkfabrik. Die Organisation von Veranstaltungen ist für die Sichtbarkeit und die Wahrnehmung des RSM von größter Bedeutung.

### **Entwicklungsziel 1 des Geschäftsführungsvertrages: Projekte, Initiativen und Events im Zusammenhang mit der Stärkung des Images der Stadt nach außen und nach innen :**

- Verbesserung des Images der Stadt, Entwicklung einer Corporate Identity
- Stärken der Identifikation der Einwohner mit ihrer Stadt
- Aktive Einbeziehung der Einwohner in Entscheidungsprozesse durch Kommunikation von Zielen und Projekten
- Themenorientierte Einbeziehung aller an der Entwicklung der Stadt interessierten, aktiven Kräfte
- Verstärkung der Zusammenarbeit zwischen dem Rat für Stadtmarketing und den städtischen Diensten
- „Öffnung“ des Rates für Stadtmarketing für die Bereiche Jugend und Soziales

#### **1. Wir für Eupen – Botschafter – kreativen Köpfe Eupens**

Im Zuge der Realisierung einer positiven Wahrnehmung unserer Stadt im regionalen und euregionalen Umfeld (Konzept 2020) wurde im Jahre 2014 die Initiative : „Wir für Eupen – Botschafter“ lanciert. Dieses Projekt endet in 2019, eine Verlängerung ist allerdings nicht ausgeschlossen.

Wir alle wünschen uns doch eine blühende und lebendige Innenstadt mit interessanten Geschäften; eine Stadt, die für eine kulturelle Vielfalt steht und für ihre sportlichen Aktivitäten bekannt ist; eine Stadt, die naturnah gelegen und architektonisch wertvoll ist; eine Stadt, in der soziales Engagement gelebt wird; eine Stadt, die einfach lebenswert und besucherfreundlich ist, die zum Verweilen und Genießen einlädt, und für jeden Geschmack etwas zu bieten hat.

Wie erreichen wir dieses Ziel?

Seitens des RSM wurde ein Strategiekonzept entwickelt. Dieses gilt es zu überarbeiten, zu überprüfen und in ein Marketingkonzept umzuwandeln, welches umgesetzt werden muss und eine regelmäßige Sichtbarkeit Eupens auf lokaler, regionaler und überregionaler Ebene garantiert und die zahlreichen Vorzüge Eupens das ganze Jahr über bewirbt.

Die Dauer dieses Projektes ist auf 5 Jahre festgelegt. Gegen die Zahlung von 150€ Jahresbeitrag können sich Eupener Einzelhändler und Unternehmen diesem Projekt anschließen, auch noch im Laufe der 5 Jahre. Privatpersonen können sich ebenfalls gegen die Zahlung einer jährlichen Teilnahmegebühr von 50€ beteiligen. Derzeit unterstützen 50 Unternehmer, Einzelhändler und Privatpersonen unsere Initiative.

Seit September 2017 trifft sich regelmäßig die Arbeitsgruppe „kreative Köpfe“. Mitglieder dieser Arbeitsgruppe sind Daniel Pavonet (Firma Pavonet), Beate Stanek (Chic Belgique), Béa Kolvenbach (Studio13), Sven Cloth (Cloth Kreativbureau) und der Geschäftsführer des RSM Alain Brock.

Zielsetzung ist die Erstellung einer einheitlichen Werbestrategie und eines Gesamtkonzeptes für Eupen im Sinne einer regionalen und überregionalen Darstellung.

Sämtliche relevante Dokumente des RSM (Strategiekonzept 2014, Konzept 2020, Analyse der Geschäftssituation...) werden berücksichtigt.

Die seitens des RSM erarbeiteten Alleinstellungsmerkmale sollen im Mittelpunkt der Vermarktungsstrategie stehen.

Im Laufe des Jahres 2018 wurde das Layout der Eupen Info Brochüre überarbeitet.

Auch wurde eine neue Broschüre für Gruppenreise entworfen und in einer Auflage von 5.000 Stück gedruckt.

Eine neue Internetpräsenz wurde erstellt : [www.eupenlives.be](http://www.eupenlives.be)

Was die Schaffung einer positiven Wahrnehmung im euregionalen Umfeld betrifft sind wir auf einem guten Weg. Für das Jahr 2017 wurden in Eupen 37.455 registrierte Übernachtungen gezählt.

In 2016 waren es noch 23.170. Hier ist ein mehr als positiver Trend festzustellen.

In 2018 wurden folgende Anzeigen geschaltet bzw. Veranstaltungen durch die Initiative „Wir für Eupen -Botschafter“ unterstützt :

Broschüre Eupen Info - Auflage 15.000

Anzeige in der Tourismusfachbroschüre Info Tourisme

Werbung in der Tourismuszeitung „Steds tot U dienst“ - diese Zeitung wird im Dreiländereck verteilt

Anzeige Life Magazin Monschau

Anzeige in der Festschrift von LOVOS zum Tirolerfest

Anzeigenschaltung in Votre Région für den Lambertusmarkt und das Bierfest

Anzeigenschaltung in Votre Région und La Meuse für unsere Großveranstaltung „Bauernhof zum Anfassen“

Unterstützung folgender Veranstaltungen

Public Viewing

Lambertusmarkt

Bierfest

Erntedankfest

Biathlon auf Schalke Tour in Eupen

Weihnachtsmarkt

Sonstiges

Unser Imagefilm . „Großartiges Eupen“ wurde überarbeitet.

## **2. Projekt Eupen Treuekarte – Gutscheine der Eupen Treuekarte**

Das Projekt der Eupener Treuekarte erfreut sich auch in 2018 großer Beliebtheit und wird auch in 2019 weitergeführt. Treue Kunden werden für ihre Einkäufe belohnt und erhalten außerdem die Möglichkeit bei den 4 jährlichen Ziehungen tolle Preise zu gewinnen.

Seit Beginn der Aktion haben bis zum 31. Dezember 2018 bereits 34 (!) Ziehungen stattgefunden.

Das Projekt Eupen Treuekarte ist ein Hauptaugenmerk des RSM gerade vor dem Hintergrund der neugestalteten Innenstadt hat sie eine Vielzahl von Funktionen :

- Bindung der Kundschaft und der Kaufkraft
- Solidarität der teilnehmenden Geschäftsleute
- Signal an die Kundschaft „Bleiben Sie uns treu“
- Belohnung der Kundschaft durch 5€ Ermäßigung (vollgeklebte Karte) und Teilnahme an vier interessanten Verlosungen pro Jahr.

Dieses Projekt ist natürlich auch mit großem Aufwand für den RSM verbunden :

- Buchhaltung
- Werbung

- Erstellung von Plakaten
- Organisation der Verlosung (Preise bestimmen, Einsammeln der Karten, Listing erstellen,...)

Die Kosten für die teilnehmenden Geschäftsleute belaufen sich auf 1,33% vom Umsatz. Für eine Treuekarte ist dies ein sehr günstiger Prozentsatz. Daher ist es verwunderlich, dass nicht mehr Geschäftsleute an dieser Aktion teilnehmen.

Mitte 2011 hat der Rat für Stadtmarketing die Gutscheine der Eupen Treuekarte eingeführt. Die Gutscheine können ab einem Einkaufswert von 10€ im Tourist-Info erworben werden und können in allen teilnehmenden Geschäften eingelöst werden. Es besteht zudem die Möglichkeit gegen die Zahlung eines Aufpreises von 2,50€ eine hochwertige Geschenkbox mit mehreren Gutscheinen zu erwerben. Eine ideale Geschenkidee. Die Treuekartengutscheinbox. Verschenken Sie Freude zu jedem Anlass : Geburtstag, Kommunion, Weihnachten, ...

Beginn 2013 hat das Gemeindegremium beschlossen, die Bargeldgeschenke seitens der Stadt Eupen bei Jubiläen, Geburtstagen, Geburten, ... abzuschaffen und stattdessen Gutscheine der Treuekarte zu verschenken. Mit dieser Entscheidung wird der Eupener Einzelhandel unterstützt, da die ausgezahlten Prämien in Eupen bleiben.

So wurden 2017 für insgesamt 16.430€ Gutscheine verkauft. Bis Ende September 2018 waren es 15.675€

Am 01.12.2018 zählt die Eupen Treuekartekarte 53 aktive teilnehmende Geschäfte

In 2018 haben wieder 4 Verlosungen der Eupen Treuekarte stattgefunden :

- Weihnachtsziehung : 18. Januar 2018  
Eingereichte Treuekarten : 593  
Preise im Wert von 2.750€ wurden verlost
- Frühlingsziehung : 18. Mai 2018  
Eingereichte Treuekarten : 849  
Preise im Wert von 1.600€ wurden verlost
- Sommerziehung : 23. August 2018  
Eingereichte Treuekarten : 508  
Preise im Wert von 2.300€ wurden verlost
- Herbstziehung : 22. November 2018

Tätigkeitsbericht 2018 des Rates für Stadtmarketing

Eingereichte Treuekarten : 787  
Preise im Wert von 1.750€ wurden verlost

Bei der Frühlings- und der Herbstziehung handelt es sich um Nebenziehungen. Alle Treuekarten, die nicht gezogen werden, bleiben bis zur nächsten Hauptziehung in der Lostrommel.

Bei der Weihnachts- und der Sommerziehung handelt es sich um Hauptziehungen, d.h. es werden mehr Preise verlost und alle sich in der Lostrommel befindlichen Treuekarten werden nach der jeweiligen Ziehung vernichtet.

Insgesamt wurden im laufenden Jahr seitens der Eupener Geschäftsleute 2.737 vollgeklebte Treuekarten, was einem Umsatzwert von 1.368.500 € entspricht, eingereicht. Seitens des Rates für Stadtmarketing wurden bisher Preise im Wert von 8.400 € unter den Kunden der Eupener Geschäftswelt verlost.

Im Dezember 2018 wurde eine Radiospotkampagne auf BRF1 und BRF2 geschaltet um die Treuekarte und Gutscheine der Treuekarte (als Geschenkidee zu Weihnachten) zu bewerben.

### **3. Veröffentlichungen RSM**

#### **A. Eupen Info**

Auch in 2018 hat der Rat für Stadtmarketing die Eupen Info Broschüre herausgegeben. Diese Broschüre wurde auch in alle Eupener Haushalte verteilt und vermittelt alle relevanten Informationen bezüglich unserer Heimatstadt Übernachtungsmöglichkeiten, Restaurants, Konditoreien, Freizeitbeschäftigungen,...

Auch wurde diese Broschüre seitens des RSM lokal, regional, national und auch grenzüberschreitend verteilt, d.h. Tourist Informationsbüros, Campingplätze, Ausflugsziele,... (35 Auslegepunkte).

Seit 2016 wird kein Agenda mehr in Form einer Broschüre herausgegeben und dies vor dem Hintergrund der Vollständigkeit. Es ist leider nicht möglich sämtliche Veranstaltungen im Voraus zu erfassen. Es kommen im Laufe des Jahres neue Veranstaltungen hinzu, andere werden im letzten Augenblick abgesagt.

Stattdessen wurden die jährlichen Großveranstaltungen, die viele Touristen und Besucher anziehen (z. Bsp. Karneval, Kirmes, Erntedankfest, Bauernhof zum Anfassen, EMM, Weihnachtsmarkt, Haaste Töne,...) in einem Highlight-Faltblatt zusammengefasst und im Tourist Info ausgelegt. Dieser Flyer wurde auch in die Eupen Info Broschüre integriert.

In Zusammenarbeit mit dem Grenzecho und dem Kreativbüro Cloth (verantwortlich für das Layout) haben wir dann jeden Monat einen aktualisierten Veranstaltungskalender unter

Berücksichtigung unserer graphischen Linie im Grenzecho veröffentlicht. So konnten wir zeitnah auf Änderungen reagieren und auch neuen Veranstaltungen Sichtbarkeit einräumen. Diese Art von Vorgehensweise ist natürlich mit einem Mehraufwand an Arbeit verbunden.

### **B. Gruppenbroschüre**

Die viersprachige Gruppenbroschüre wurde überarbeitet und in einer Auflagenzahl von 5.000 Stück gedruckt.

Diese Broschüren werden nur samt eines Bewerbungsschreibens zum Besuch unserer Stadt an Busunternehmen in Belgien, Deutschland und Holland verschickt.

Auch wird diese Broschüre an Unternehmen in der Euregio verschickt um für einen Besuch, eine Tagung oder ein Seminar in Eupen zu werben.

Im kommenden Jahr 2019 werden wir diese Broschüren auch auf den verschiedenen Messen (Antwerpen, Lüttich und Euregio Wirtschaftsschau in Aachen) auslegen.

### **4. Briefmarkenserie Eupen's schönste Plätze**

Mitte Juni 2017 wurde ein Sonder-Briefmarkenbogen mit 5 Eupener Motiven in Zusammenarbeit mit der belgischen Post veröffentlicht. Bei den 5 Motiven handelt es sich um die St. Nikolaus Kirche, das Kriegerdenkmal am Werthplatz, das Klösterchen, das Rathaus und das Tuchmacher Haus Grand-Ry am Werthplatz. Der Rat für Stadtmarketing hatte den Verantwortlichen der Post im Vorfeld verschiedene Motive vorgelegt.

Diese Briefmarkenserie wurde auf Basis des Eupener Fotografen David Hagemann durch die Graveure Wolfgang Mauer, Guillaume Broux und Miriam Vos gestaltet und realisiert.

Dieser Bogen wurde durch die Post in ganz Belgien verkauft. Ein mehr als interessanter Werbeeffekt vor allen Dingen vor dem Hintergrund der überschaubaren Kosten. Lediglich die Kosten für den Fotografen David Hagemann musste der Rat für Stadtmarketing übernehmen. Unsere Briefmarkenserie hat dann so gar noch den zweiten Platz des „Prix Ambassadeurs“ erhalten, welcher im Rahmen des „Grand Prix de l'Art Philatélique belge et Européen“ vergeben wurde.

Tourismusschöffe Michael Scholl und RSM Geschäftsführer Alain Brock waren bei der Preisverteilung im Rathaus von Brüssel am 15. September anwesend. Schöffe Michael Scholl durfte den Graveuren der Eupener Briefmarkenserie die verschiedenen Preise aushändigen und auch die Laudatio halten.

### **5. Treffen Vertreter Geschäftsleute**

Da in Eupen keine organisierte Vereinigung Eupener Geschäftsleute mehr besteht, trafen sich die Vertreter der verschiedenen Geschäftsstraßen alle drei Monate unter dem Vorsitz des RSM-Geschäftsführer Alain Brock zu informellen Treffen.



Schwerpunkte 2018

- Organisation, Planung und gemeinsame Bewerbung verkaufsoffener Sonntage
- Einzelhandelscharta

Durch die Gründung der neuen Vereinigung „Eupen handelt“ werden diese Treffen nun überflüssig.

## **6. Eupen handelt**

„Eupen handelt“ ist die neue Vereinigung der Eupener Einzelhändler.

Der Rat für Stadtmarketing ist der neuen Vereinigung beigetreten.

Innerhalb der neuen Vereinigung gibt es verschiedene Arbeitsgruppen : Vorstand, Events, Marketing, Leerstand, Tourismus,...

Der RSM ist durch seinen Geschäftsführer in den Arbeitsgruppen Leerstand und Tourismus vertreten.

Auch haben der Präsident und der Geschäftsführer des RSM die Vorstandsmitglieder von „Eupen handelt“ am 25. Juni 2018 zum Austausch getroffen um die Zusammenarbeit zu besprechen. Der RSM hat der neuen Vereinigung seine Unterstützung im Rahmen seiner Möglichkeiten bei der Durchführung ihrer anstehenden Projekte zugesagt.

Auch kann die Vereinigung falls gewünscht auf die verschiedenen Dokumente des RSM (Analyse Einzelhandel, Konzept 2020, Umfrage Vitale Innenstadt,.... zurückgreifen.

## **7. Eupener Produkte**

Die Eupen Produkte werden unter dem Label „Gutes aus Eupen“ seit Beginn 2013 durch den Rat für Stadtmarketing vermarktet. Das Angebot wird kontinuierlich erweitert und umfasst nun folgende Produkte : Eupener Platz, Eupener Bier-Wurst, Honig, Printen, Kräuteröl, Bier (Damian, Vennbier, Cabane, My Day), Eupener Klostertröpfchen, Likör My Day, Café Le Gourmet (Fair Trade Kaffee in Eupen geröstet) Chutney , Bücher des Grenzechoverlages über Eupen.

Eigene Produkte sind für die Vermarktung einer Stadt von größter Wichtigkeit stellen diese doch ein Alleinstellungsmerkmal da und sorgen für eine Identifikation der Eupener Bürger mit ihrer Stadt.

Plakate wurden entworfen und weisen nun auf die Produkte hin. Regelmäßige Zeitungsanzeigen, Presseberichte und Gewinnspiele helfen bei der Vermarktung.

Im Tourist-Info Büro sind Präsentkörbe in allen Preisklassen, gefüllt mit diesen Produkten zu erwerben. Diese Präsentkörbe erfreuen sich wachsender Beliebtheit.

Zur Bewerbung unseres Klostertröpfchens hatten wir von Ende November bis Mitte Dezember die Ausstrahlung von Radiospots vorgesehen. Leider konnten wir dieses Projekt nicht realisieren, da Werbung für hochprozentigen Alkohol im Radio mittlerweile verboten ist.

#### **8. Projekt City-Info-Tafeln (LED-Tafeln)**

Die Programmierung der drei City-Info-Tafeln (2 auf der Herbesthaler Straße – vor Sanitherme und Garage Ohn- 1 in Kettenis – Aachenerstraße vor der Apotheke) mit den Veranstaltungshinweisen geschieht durch den Geschäftsführer.

Buchhaltung und Rechnungsstellung

Die Bewerbung einer kulturellen Veranstaltung auf den 3 Tafeln kostet 25€ pro Woche, die Bewerbung einer kommerziellen Veranstaltung 75€ pro Woche.

Auch wenn die Einkünfte hinter den Erwartungen zurückliegen, bleiben die Led-Tafeln doch eine wichtige Informationsquelle.

Für das Jahr 2017 beliefen sich die Einnahmen auf 920€. Bis Ende September 2018 waren es bereits 1.225€

#### **9. Multifunktionale Plakatwechsler**

In Zusammenarbeit mit den Eupener Unternehmen Mediaconcept und Cloth Kreativbureau möchte der Rat für Stadtmarketing die verschiedenen grünen Schaukästen auf dem Stadtgebiet durch moderne multifunktionelle Plakatwechsler ersetzen. Diese Plakatwechsler bieten ganz andere Möglichkeiten in der Bewerbung der Stadt und von Veranstaltungen. So könnten mittelfristig die Litfasssäulen abgebaut werden.

Es haben bereits mehrere Gespräche mit dem Gemeindegremium und der Verwaltung diesbezüglich stattgefunden.

Da die multifunktionalen Plakatwechsler im öffentlichen Raum aufgestellt werden, ist die einzuhaltende Prozedur langwieriger (Ausschreibung, Genehmigung,...) und diese dauert noch an.

Ebenfalls ist das Aufstellen verschiedener dieser Tafeln auf Privatgelände auf dem Eupener Stadtgebiet geplant. Der RSM ist als Partner miteingebunden.

Wir erhalten Werbefläche für unsere Veranstaltungen sowie eine Kommission auf die durch den RSM vermittelten Werbepartner.

#### **10. Werbung auf den städtischen Internetseiten**

Durch einen Beschluss des GK vom 04. Oktober 2010 hat der RSM die Vermarktung der städtischen Internetseiten (außer Startseite) übernommen.

Durch die Trennung der Internetseiten des RSM/Tourist Info unter eupenlives.be von den städtischen Seiten unter eupen.be, fällt die Vermarktung der städtischen Internetseiten weg. Nichtsdestotrotz haben interessierte Unternehmer, Vereinigungen und Einzelhändler nun die Möglichkeit Bannerwerbung auf unseren Internetseiten (eupenlives.be) zu schalten. Zum Preise von 120€ plus MWSt kann diese Bannerwerbung in der Größe 170 x 65 Pixel (entspricht einer ungefähren Größe von 60 x 23 mm) geschaltet werden. Dieses Banner erscheint dann abwechselnd auf sämtlichen Seiten des RSM.

### **11. 55 Närrischer prinzenempfang der StädteRegion Aachen am Freitag 09. . Februar 2018 in der Festhalle Kettenis**

Auf Intervention von Kulturschöffe Michael Scholl wurde der 55. Närrische Prinzenempfang der StädteRegion Aachen am Freitag, dem 09. Februar 2018 zum ersten Mal in Belgien Eupen organisiert

Die Organisation der Veranstaltung lag in den Händen des Rates für Stadtmarketing und dies in Zusammenarbeit mit der Stadt Eupen und dem Bauhof.

Die Veranstaltung fand unter der Schirmherrschaft des Städtedirektionsrates Etschenberg und unseres Bürgermeister Karl-Heinz Klinkenberg statt.

550 Gäste, darunter 30 Prinzengespanne, haben dem Empfang beigewohnt.. Sie alle waren begeistert.

Die monatelangen Vorbereitungen haben sich gelohnt.

Vor allen Dingen in Sachen Beköstigung der Gäste konnten wir mit unseren regionalen Produkten (Eupener Platz und Bierwurst, Bouletten, regionaler Käse,...) punkten. In Sachen Catering haben wir mit der Eupener Metzgerei Harald Klein zusammengearbeitet. Die Verantwortlichen der Städteregion waren, im Vergleich zu den Vorjahren, voll des Lobes ob der Qualität der angebotenen Speisen und Getränke.

Im Rahmenprogramm haben wir auch regionale Künstler (Sven Cloth, Mike Thissen, d'r Tulpenheini, Tanzmariechen) einbauen können.

Die Veranstaltung war eine tolle Werbung für unsere Stadt.

Auch war die überregionale Berichterstattung durch die Aachener Mediengruppe und den WDR gesichert und sorgte für eine große Sichtbarkeit in der Euregio.

### **12. Eupen Partnerstadt der Euregio Wirtschaftsschau 2018**

Eupen fungierte anlässlich der Euregio Wirtschaftsschau 2018 (02. – 11.03) auf dem Aachener Tivoligelände als erste Partnerstadt.

Unsere Präsenz war ein voller Erfolg.

In Zusammenarbeit mit der Stadt Eupen wurde ein neuer Messestand bei dem Eupener Unternehmen Pavonet in Auftrag gegeben. Im Eingangsbereich der Messe wurde unser Stand aufgebaut. Jeder einzelne der über 70.000 Besucher passierte unseren Stand. So konnte Eupen

sich bei den euregionalen Besuchern der EWS in Erinnerung rufen. Ein toller Werbeeffekt bei unserem Zielpublikum.

Zudem hatte der neue Veranstalter der EWS, die Aachener Mediengruppe, über ihre verschiedenen Kanäle bereits im Vorfeld der Messe ausführlich über Eupen als Partnerstadt berichtet. Der finanzielle Gegenwert dieser Berichte und Ankündigungen hätte unser jährliches Werbebudget gesprengt.

Auch der WDR berichtete ausführlich.

Wir haben den Stand in Zusammenarbeit mit den Schülern der Sprachen- und Mediengestaltungabteilung des RSI betrieben und die Gäste an unserem Stand mit regionalen Produkten (Jacques Schokolade und Eupener Platz) begrüßt.

Zum Eupen Tag am 08. Dezember haben wir zudem dann unsere regionalen Biere My day, Damian und Cabane angeboten.

Auch der Veranstalter war mit unserer Präsenz mehr als zufrieden.

Es haben sich umgehend verschiedene Städte beim Veranstalter gemeldet um in den kommenden Jahren als Partnerstadt zu fungieren.

Der Rat für Stadtmarketing hat nach eingehender Analyse entschieden bei der Auflage 2019 der Euregiowirtschaftsschau erneut präsent zu sein. Dann allerdings mit einem kleineren Stand aber wieder in unmittelbarer Nähe zum Eingangslift um eine maximale Sichtbarkeit und Wiedererkennungswert zu erzielen

### **13. Tourismesse Antwerpen**

Vom 26. – 30. Januar 2018 hat der RSM erneut an der großen Tourismusmesse in Antwerpen (Vlaanderen Vakantieland) teilgenommen. Erneut haben sich Eupen und St. Vith einen Stand geteilt, so Kosten gespart und Synergien geschaffen.

Denn wie Analysen und Statistiken belegen, kommen ein großer Teil der Touristen die Eupen besuchen aus dem niederländischsprachigen Teil Belgiens. Somit macht unsere Präsenz auf dieser Messe absolut Sinn.

Eine erneute Teilnahme ist auch 2019 fest eingeplant.

### **13. Facebookpräsenz**

Seit November 2011 ist der RSM auch auf Facebook vertreten. Wichtige Neuigkeiten und Informationen rund um den Rat für Stadtmarketing und seine Veranstaltungen werden regelmäßig gepostet.

Im Zuge der Übernahme der geschäftlichen Aktivitäten des Verkehrsvereins durch den RSM haben wir die beiden bestehenden Facebookpräsenzen von Verkehrsverein und Rat für Stadtmarketing unter dem Namen Eupen lives zusammengeführt um ein Zeichen nach Außen zu setzen. Seit Juli 2017 wird diese Facebookpräsenz nun beworben. Diese Seite erfreut sich wachsender Beliebtheit. Ende 2017 zählten wir 621 likes.

Anfang Dezember 2018 waren es 1241.

#### **14. Eupen Fair Trade Town**

Eupen hat den Titel einer Fair Trade Town in 2015 erhalten. Der RSM ist durch seinen Geschäftsführer in der Steuerungsgruppe vertreten und nimmt an den regelmäßigen Versammlungen teil.

#### **Entwicklungsziel 2 des Geschäftsführungsvertrages: Steigerung der Attraktivität der Innenstadt**

- Koordinierung der Veranstaltungen
- Belebung der Innenstadt
- Gezielte Angebote für den Touristen weiterentwickeln
- Verbesserung der Leerstandssituation in der Stadt durch die Entwicklung neuer Konzepte und die Mitarbeit zur Erstellung einer Einzelhandelscharta
- Pflege und Weiterentwicklung eines attraktiven Stadtbildes

#### **1. Biathlon auf Schalke Tour in Eupen**

Der Rat für Stadtmarketing, und der Eupener Sportbund haben am Wochenende vom 06. & 07. Oktober die dritte Auflage der „Biathlon Tour“ in Eupen ausgerichtet. Dies alles mit logistischer Unterstützung durch die Stadt Eupen.

Jeder Besucher hatte die Möglichkeit durch die Teilnahme am Jedermann-Rennen für einen Tag zu einem Biathleten zu werden und diesen Sport in der eigens an der Klötzerbahn errichteten Biathlon-Arena auszuprobieren.

Neben der Biathlon-Arena wurde ein Festzelt errichtet, welches passend geschmückt wurde.

Auch wurde ein Jugendcup am Samstagnachmittag in Form eines Staffellorenns organisiert. 6 Staffeln haben an diesem Rennen teilgenommen.

Am Samstagabend fand dann der Eupen Cup für Erwachsene statt, ebenfalls in Form von einem Staffellorennen. Hier gingen 8 Teams an den Start.

Am Prominentenrennen am Sonntag haben 24 Starter aus Politik, Kultur, Wirtschaft und Sport teilgenommen.

Am Sonntagnachmittag hat dann das zweite Rollerski-Cityrennen durch die Eupener Innenstadt stattgefunden. Insgesamt 35 Starter aller Altersgruppen gingen an den Start. Sogar aus dem Saarland waren Sportler angereist. Diese nahmen zum Teil Anreisen von bis zu 3 Stunden in Kauf um an den Start zu gehen. Die Starter und die Verantwortlichen waren begeistert und voll des Lobes ob der Möglichkeit in Eupen an den Start gehen zu dürfen.

Ein großer Dank gilt unseren Medienpartnern vom Cloth Kreativbureau, Grenzecho, BRF und Mediaconcept. Sie sponsorten die gesamte Werbekampagne.

Leider war uns auch an diesem Wochenende der Wettergott nicht ganz hold. Regnerisches und kühles Wetter verhinderten ein größeres Zuschaueraufkommen.

Sieger des Jedermann-Rennens wurde Andreas Braun aus Eupen. Er darf nun beim großen Finale gegen die Etappensieger der anderen Tourstädte antreten. Die Sieger der verschiedenen Touretappen tragen ihr großes Finale im Rahmen des Biathlon-Weltcups am Wochenende vom 26. & 27. Januar unter der Leitung von Olympiasieger Fritz Fischer in der Chiemgau-Arena in Ruhpolding aus.

## **2. Schlemmerfestival**

In Zusammenarbeit mit Chudosnik Sunergia hat der Rat für Stadtmarketing im Rahmen des Eupen Musik Marathons am 26. & 27. Mai 2018 sein viertes Schlemmerfestival organisiert. In diesem Jahr trat der RSM aber nur noch als Partner der Veranstaltung und nicht mehr als Veranstalter auf, da es im vergangenen Jahr zu verschiedenen Konfusionen zwischen den seitens des RSM verpflichteten Teilnehmer des Schlemmerfestivals und den Imbissständen von Sunergia gekommen war (andere Verträge, andere Tarife,...).

## **3. Eupener Pigalle Bierfest im Rahmen des Lambertusmarktes**

Im Rahmen des Lambertusmarktes fand am Wochenende vom 15. & 16. September das 3. Eupener Pigalle Bierfest statt, organisiert durch die Betreiber der Pigalle, und dem Rat für Stadtmarketing. 11 verschiedene Biersorten konnten verköstigt werden.

Auch die dritte Auflage war ein großer Erfolg und die Bündelung der Kräfte schafft Synergien, von denen jeder profitiert.

Eine Neuauflage des Bierfestes im Rahmen des Lambertusmarktes 2019 ist fest geplant.

## **4. Public Viewing zur Fußballweltmeisterschaft in Russland (14.06 – 15.07.2018)**

Bereits zum dritten Mal hat der Rat für Stadtmarketing gemeinsam mit dem Grenzecho und der Stadt Eupen ein Public Viewing in der Eupener Innenstadt organisiert. Partner der Veranstaltung waren die Wirte Vassili Tilkeridis (Ratskeller), Frank Neumann (Paparazzi), Mani Schumacher (Columbus) sowie Trakasspa. Zahlreiche Sponsoren haben die Veranstaltung unterstützt. Sämtliche Spiele der belgischen Nationalmannschaft sowie das Finale wurden auf LED-Großbildschirm übertragen.

Das Eröffnungsspiel der Roten Teufel gegen Panama wurde auf Grund der parallel stattfindenden Kirmes in der untern Bergstraße übertragen und dies unter der Schirmherrschaft der Schausteller. Alle anderen Spiele, bis auf das Spiel um Platz drei gegen England und das Finale wurden auf dem Parkplatz Bergstraße – Josephine Koch Park übertragen.

Auf Grund der Partnerschaft mit Trakasspa wurde das Spiel um Platz drei sowie das Finale auf einer Wiese neben dem Festivalgelände übertragen. Allerdings hat uns dieser Umzug doch einiges an Zuschauer gekostet.

Nichtsdestotrotz war die diesjährige Veranstaltung ein grandioser Erfolg.

Begünstigt durch das frühe Ausscheiden der deutschen Nationalmannschaft interessierten sich sämtliche deutsche Medien für unsere Veranstaltung : ARD, ZDF, Sport1, Sky Deutschland, WDR, Aachener Nachrichten, Rheinische Post, Dürener Nachrichten,...

Sky Deutschland ist so gar zwei Mal mit Übertragungswagen und Reporterteam angereist.

Die deutschen Medien haben ausführlich über unser Event berichtet.

Was für eine kostenlose deutschlandweite Werbung!

Auch haben viele Deutsche Besucher aus NRW den Weg zu unserer Veranstaltung gefunden, hervorgerufen durch die tolle Berichterstattung.

Alles in allem haben wir zu den verschiedenen Übertragungen schätzungsweise 20.000

Zuschauer begrüßen dürfen.

Eine Wiederauflage anlässlich der Europameisterschaft ist geplant.

## **5. Bauernhof zum Anfassen**

Gemeinsam mit seinen Partnern (Grüner Kreis, Stadt Eupen, Gartenbauverein Eupen und Umgebung, den Freunden der Kaltblutpferde, Ländliche Gilden, Bauernbund, Agrar-Ost, Kleintierzuchtverein Eupen und Umgebung, Bienenzuchtverein ) hat der RSM am Wochenende vom 28. – 30. September seinen dritten Bauernhof zum Anfassen auf dem Gelände des Parkplatzes Bergstraße und dem angrenzenden Josephine-Koch-Park organisiert.

Am Freitag 28. September wurde für 400 Schulkindern des 2. Schuljahres aus den Primarschulen des Nordens der DG (Eupen, Raeren Eynatten und Hergenrath) unter Anleitung der Junglandwirte vom Grünen Kreis und den Mitgliedern der ländlichen Gilden in verschiedenen Ateliers das Thema Landwirtschaft nähergebracht :

- Die Vera Gesundes Frühstück (Obst und Gemüse)
- Video über die Milchgewinnung
- Streichelzoo : Kälber, Schafe, Ziegen,... und Infos
- Gemüse und Obststand
- Pflanzen von Sonnenblumen und Kresse
- Ausstellung von landwirtschaftlichen Maschinen
- Futtermittel für Kühe (Heu, Kraftfutter, Zuckerrüben...)
- Imkerei und Imkermobil
- Kaltblutpferde
- Kleintierzuchtverein : Hühner, Kaninchen,
- Quiz

Zur Vorbereitung auf diesen Tag haben sämtliche Schüler und Lehrpersonen im Vorfeld eine Informationsbroschüre , die durch den grünen Kreis realisiert wurde, erhalten.

Am Samstag haben wir dann den Patro-Mädchen, die ihr 50jähriges Bestehen feierten, unser Festzelt zur Verfügung gestellt.

Am Sonntag, 30. September hat dann der Bauernhof zum Anfassen für die breite Öffentlichkeit stattgefunden.

Zusätzlich zu den verschiedenen Ateliers wurde auch ein großer Markt mit regionalen Produkten organisiert.

Pünktlich um 12.00 setzte sich dann der imposante Erntedankumzug ausgehend vom Bellmerin zu seinem Triumphzug durch die Innenstadt in Bewegung.

44 Startnummern hatten wir im Vorfeld vergeben. Der Umzug wird von Jahr zu Jahr schöner.

Mehr und mehr Fußgruppen beteiligen sich am Umzug. Festlich dekorierte Traktoren mit Anhängern oder landwirtschaftlichen Maschinen, toll geschmückte Kutschen, gezogen von Kaltblutpferden, Reiterstaffeln, Esel und Gänse, Musikgruppen, .... zogen an einem begeisterten Publikum vorbei.

Im Anschluss an den Umzug wurden die Gespanne und Traktoren im Josephine Koch Park ausgestellt, so dass die Zuschauer diese nochmals aus der Nähe begutachten konnten.

Ein musikalisches Rahmenprogramm rundete die Veranstaltung ab.

Dies diesjährige Veranstaltung war auch dank des Wetters ein grandioser Erfolg und eine tolle Werbung für unsere Stadt. Auch die überregionale Werbung hat Früchte getragen, konnten wir doch sehr viele auswärtige Besucher begrüßen.

## **6. Hi Belgium Pass**

Auf Initiative des Rates für Stadtmarketing Eupen und mit Unterstützung der Tourismusagentur Ostbelgien nimmt die Stadt Eupen zeit zwei Jahren an einem durch Brussels Airlines organisierten Projekt, dem Hi Belgium Pass, teil.

Brussels Airlines bietet ausgehend von 50 europäischen Flughäfen Hin- und Rückflug City Trips nach Belgien zum Preis von 149€ p.p. an. Hinflug nach Brüssel-Zaventem Do-Fr-Sa, Rückflug ab Brüssel-Zaventem So-Mo-Di. In diesem Preis inbegriffen ist die Nutzung des gesamten belgischen Schienennetzes mit Ausnahme der Thalyszüge. Beteiligen können sich alle belgischen Städte, die über einen Bahnhof verfügen.

Touristen aus folgenden Ländern können dieses Angebot buchen :

Deutschland, Dänemark, Frankreich, Griechenland, Ungarn, Italien, Kroatien, Litauen, Norwegen, Österreich, Polen, Portugal, Russland, Tschechien, Schweden, Schweiz und Großbritannien.

Teilnehmende belgische Städte :

Antwerpen, Brügge, Gent, Leuven, Mechelen, Brüssel, Charleroi, Louvain-la-Neuve, Mons, Tournai, Ypern und **Eupen**.

Eupen ist die einzige teilnehmende Stadt in Ostbelgien. Den Verantwortlichen von Brussels Airlines war es wichtig auch eine deutschsprachige Stadt mit ins Projekt aufzunehmen.

Die Touristen wählen im Vorfeld ihrer Reise die beiden Städte aus, die sie während ihres Trips zu besuchen gedenken.



Die verschiedenen teilnehmenden Städte bieten den Touristen auf einem Voucher verschiedene Gratis-Angebote an. Der Tourist sucht sich dann zwei Aktivitäten pro Stadt aus.

Für Eupen ist das der Besuch des Ikob- oder des Schokoladenmuseums, die Verköstigung eines Klostertröpfens in einem Eupener Café oder die Wanderung „Eupen Rundherum“. Dieses Angebot kann jederzeit erweitert bzw. angepasst werden. So werden wir gezwungenermaßen ab Ende Mai 2019 den Besuch des Schokoladenmuseums durch einen Besuch des Stadtmuseums ersetzen.

Brussels Airlines kümmert sich um die Werbung : (Videofilm in ihren Flugzeugen, Anzeigen in den Broschüren die in den Flugzeugen ausliegen, Werbung in den 50 teilnehmenden Flughäfen, Internetseite, ... Auf Basis von den zur Verfügung gestellten Fotos bewirbt Brussels Airlines die jeweiligen Städte und erstellte einen Kurzfilm.

Die verschiedenen belgischen Städte werden in 5 Sprachen (deutsch, französisch, niederländisch, englisch, spanisch, italienisch) vorgestellt.

Brussels Airlines kümmert sich um die Verteilung der Vouchers an die Besucher bei ihrer Ankunft im Brüsseler Flughafen.

Auch wenn bisher nur eine Handvoll Touristen Eupen besucht haben, ist der Werbeeffekt für Eupen und Ostbelgien enorm.

Weitere Infos und Filme : [www.brusselsairlines.com](http://www.brusselsairlines.com).

## **7. Eupen lives Football**

Im Zuge des ersten Aufstieges der AS Eupen 2010 in die höchste belgische Spielklasse, der I. Division hat der Rat für Stadtmarketing in Zusammenarbeit mit seinen Partnern (AS Eupen, Eupener Karting Center, Hotel Bosten, Restaurant Visé, Restaurant Fine Food, Restaurant Meeting Point, IKOB) Angebote für hiesige und auswärtige Fußballfans entwickelt. Für die Saison 2017 – 2018 wurde das Projekt überarbeitet.

Zum Preis von 75€ erhält der Fußballfan einen zentralen Sitzplatz auf der Tribüne T3, ein 3gänge Menü in einem der teilnehmenden Restaurants sowie den Transport vom Restaurant zum Stadion. Das Projekt hat Potenzial und ist sicherlich ausbaufähig. Allerdings muss ein größerer Schwerpunkt auf die Bewerbung gelegt werden.

Ein großes Problem ist auch die große Zahl an Spielen der Kategorie C – Risikospiele, gerade gegen die Top-Mannschaften : Anderlecht, Brügge, Antwerpen,... Bei diesen Spielen ist das Anreisen der Gästefans in einem Bus zwingend erforderlich. So verlieren wir ein großes Kundenpotenzial.

Wir planen nun mit Hilfe der AS Eupen die Kontaktaufnahme zu sämtlichen Marketingverantwortlichen der Clubs der ersten Division um unser Angebot vorzustellen. In einer zweiten Phase sollen dann die jeweiligen Businessbesucher der verschiedenen Clubs über das Angebot informiert werden. So hoffen wir mehr auswärtige Fans für dieses Angebot begeistern zu können.

## **8. E-Bikes und Fahrradverleih**

Im Juli 2017 hat der Rat für Stadtmarketing zwei hochwertige E-Bikes der Marke Riese-Müller sowie zwei Citybikes der Marke Victoria Trekking. Angekauft wurden die Bikes bei den beiden hiesigen Händlern Radcabine (Ole Habermehl) und JK-Räder (Jochen Köttgen) aus Raeren.

Die Bikes können im Tourist-Info ausgeliehen werden :

- E-Bike Tagespauschale 21€ - ½ Tag 15€
- City-Bikes Tagespauschale 12€ - ½ Tag 8€
- Vor allen Dingen die E-Bikes erfreuen sich größter Beliebtheit.

## **9. RTBF Sendung „Les Ambassadeurs“**

Ende Oktober 2017 hat der Geschäftsführer des RSM Christophe Donneville von der RTBF empfangen. Er ist der Verantwortliche der Sendung „Les Ambassadeurs“. In dieser Sendung werden zwei Personen in eine ihnen unbekannt Stadt geschickt. Man zeigt Ihnen die Gegend, die kulinarischen Genüsse, die Sehenswürdigkeiten. Sie werden quasi während 3 Tagen zu Botschaftern dieser Stadt ausgebildet.

Vom 05.02 bis 08.02.2018 (Altweiber) wurde in Eupen gedreht werden. Der Geschäftsführer des RSM hatte mit Christophe Donneville im Vorfeld das Programm und die Drehorte festgelegt. Untergebracht wurden die beiden Gäste im Hotel Sleepwood. Hotelbetreiber Arthur Genten hatte sich bereit erklärt die 3 Übernachtungen mit Frühstück zu stiften.

Außerdem wurde ein Besuch des Kartings, des Schokoladenmuseums, von Haus Ternell, des Parlamentes, des Wolfgeheges in Bilstain, und der Empfang der Alten Weiber im Rathaus eingebaut.

Diese Sendung hatte eine Länge von 55 Minuten und war ausschließlich Eupen gewidmet. Ausgestrahlt wurde die Sendung Anfang März 2018.

Eine tolle Werbung für unsere Stadt.

## **10. Eastbelgica : 1918 das Gedenkkonzert – eine Mohnblume für den Frieden**

Im November 2018 wurde im ehemaligen Kaufhaus im Eupen Plaza das Projekt „1918 das Gedenkkonzert – eine Mohnblume für den Frieden“ aufgeführt.

Projektinitiator Simen van Mensel hat gemeinsam mit dem Sinfonieorchester Eastbelgica, dem Jugendtheater Inside und dem Chor Musica Cantica diese Veranstaltung auf die Beine gestellt. Das Stück soll an den Frieden des Ersten Weltkrieges vor 100 Jahren erinnern aber auch die Sinnlosigkeit dieses Krieges und der Kriege im Allgemeinen vor Augen führen.

Die Aufführungen fanden am 09., 10. und 11. November statt und waren mit jeweils 400 Zuschauern restlos ausverkauft. Auch fanden zwei Schulaufführungen statt.

Alle Aufführungen standen unter der Schirmherrschaft von Ministerpräsident Oliver Paasch. Der Rat für Stadtmarketing hat die Veranstaltung als Partner unterstützt.

### **11. Konzert Saxo + 4**

Am Samstag 03. November 2018 hat im Festsaal der Pater Damian Schule das zweite Konzert des Euregio Saxophone Orchestras unter dem Titel „Europa ruft – Euregio Saxophone Orchestra trifft Wortkünstler“ stattgefunden. Der Rat für Stadtmarketing fungierte als Partner der Veranstaltung.

Um die Veranstaltung zu bewerben hat der Rat für Stadtmarketing erneut, wie vor 4 Jahren, in Zusammenarbeit mit der Stadt Eupen Eupen und dem Bauhof 4 Saxophone in Dinant ausgeliehen.

Diese wurden drei Wochen lang vor dem Rathaus, am Wéeserschiff, auf dem Marktplatz und im Temsepark ausgestellt. Der RSM zeichnete verantwortlich für den Transport und die Versicherung. Die vier Saxophone waren erneut ein absoluter Blickfang und dienten häufig als Hintergrund für Selfies.

### **12. Unterstützung der Veranstaltungen des Verkehrsverein**

Im Januar 2017 hat der Rat für Stadtmarketing auf Wunsch des Gemeindegremiums die geschäftlichen Aktivitäten des Verkehrsvereins übernommen.

Neben der Übernahme des Personals und der Verantwortung für des Tourist Info Büro beinhaltet dies auch die Unterstützung der verschiedenen Veranstaltungen des Verkehrsverein.

Neben der Entsendung von Personal wurden der Lambertusmarkt und der Weihnachtsmarkt massiv durch RSM beworben (Radiospots, Zeitungsanzeigen im Grenzecho, Wochenspiegel, votre région,, Flyer und Plaktaer).

Um den Lambertusmarkt weiter aufzuwerten hat der RSM zudem eine Gruppe von 10 Kunsthandwerkern verpflichtet. Diese Handwerker haben während des Lambertusmarktes ihre Handwerkskünste präsentiert.

Ein echter Blickfang.

### **Entwicklungsziel 3 des Geschäftsführungsvertrages:**

**Aufbau neuer Kommunikationswege zur Positionierung der Stadt innerhalb der Region und der Entwicklung neuer Verkaufstrategien**

- Ausbau von Angeboten aus den wirtschaftlichen, soziokulturellen und touristischen Bereichen sowie Bündelung der dort aktiven Kräfte
- Weiterführung und Pflege der Rubriken „Tourismus“ und „Stadtmarketing“ der städtischen Webseite zur touristischen und wirtschaftlichen Vermarktung der Stadt
- Nutzung der neuen Medien für die Festigung und Erschließung neuer Kundenkreise für den Einzelhandel

### **1. Neue Internetpräsenz des Rates für Stadtmarketing und des Verkehrsvereins : eupenlives.be**

Im Rahmen der Übernahme der geschäftlichen Aktivitäten des Verkehrsvereins durch den Rat für Stadtmarketing wurde nach eingehender Analyse entschieden auch die beiden bestehenden Internetpräsenzen unter eupen.be (Tourismus und Stadtmarketing) zusammenzuführen und so ein starkes Signal nach Außen zu senden.

Unter der Internetadresse eupenlives.be erfährt der Tourist, Besucher und Einheimische alles Wissenswerte über Eupen (Veranstaltungen, Eupen Produkte, E-Bike Verleih,...)

Bei der durch das Unternehmen Cloth Kreativbureau entwickelten Internetpräsenz handelt es sich um ein offenes System.

Um allerdings mit gutem Beispiel voranzugehen und den Eupener Einzelhändlern die Wichtigkeit einer Internetpräsenz vor Augen zu führen, haben wir unter eupenlives.be auch einen Shop eingerichtet, wo man Souvenirs erwerben kann, die Grillhütte und die e-Bikes anmieten kann. Bisher waren der Verkehrsverein und der Rat für Stadtmarketing komplett in die städtischen Seiten integriert. Dies ist nun anders geworden.

Die Überarbeitung der Seiten ist fast abgeschlossen.

Das Unternehmen Cloth Kreativbureau wird nun dafür sorgen, dass unsere Seiten bei den verschiedenen Internetsuchen via Google höchstmöglich gerankt werden.

### **2. Projekt Sayway**

Im Rahmen der Nutzung der neuen Medien für die Festigung und Erschließung neuer Kundenkreise sowie der Professionalisierung des Tourist-Info Büros hat der Rat für Stadtmarketing für die Besucher des Tourist-Info Büros das Projekt Sayway gestartet. Hinter Sayway stehen wissenschaftliche Experten der digitalen Marktforschung mit Sitz in Köln. Mit einem interdisziplinären, neunzehnköpfiges Team wurde der Fragebogen erarbeitet. Auch wurde die Tourismusagentur Ostbelgien bei der Erstellung des Fragebogens zu Rate gezogen.

Der kontinuierlich offene, digitale Feedback-Kanal erlaubt es uns, unsere Zielgruppe besser zu verstehen, die Qualität zu sichern, den Kunden zu binden.

Sayway ist ein auf einem Tablet basierendes Feedbacksystem, mit dem die Kundenbefragung direkt vor Ort im Tourist Info Büro realisiert wird. Es handelt sich um ein einfaches

Komplettsystem zur systematischen Erfassung der Kundenzufriedenheit. Unsere Besucher können schnell und einfach eine Bewertung abgeben.

Es gibt 5 Bewertungsmöglichkeiten von sehr unzufrieden bis sehr zufrieden. Den Teilnehmern der Befragung werden 12 Fragen gestellt.

In der Zeit vom 01.01.2018 bis 30.11.2018 haben 501 Besucher den Fragebogen ausgefüllt.

80% der Besucher waren mit dem Besuch sehr zufrieden, was die Qualität der Beratung betrifft so waren es 76%.

Die Teilnehmer an der Umfrage können unseren Newsletter abonnieren und an einem Gewinnspiel teilnehmen.

Die Zahl der Umfrageteilnehmer ist sicherlich ausbaufähig.

Vielleicht sind 12 Fragen auch zuviel.

### **3. Touristische und wirtschaftliche Entwicklung der 5 Seen des Bezirkes Verviers**

Auf Initiative der Provinz Lüttich hat im Dezember 2018 ein strategisches Seminar in Verviers bezüglich der touristischen und wirtschaftlichen Entwicklung der 5 Seen des Bezirkes Verviers stattgefunden.

Bei den fünf Seen handelt es sich um die Wesertalsperre in Eupen, die Gileppe-Talsperre sowie die Seen von Robertville, Bütgenbach und Warfaaz.

Diskutiert wurden die touristischen Entwicklungsmöglichkeiten und die touristische Nutzung der verschiedenen Seen sowie die Möglichkeiten der Zusammenarbeit und die Schaffung von Kooperationen und Synergien.

Der Rat für Stadtmarketing ist durch seinen Geschäftsführer in der Arbeitsgruppe vertreten.

## **C. Arbeitskreise**

### **1. Arbeitskreis Wanderer**

Diesem Arbeitskreis gehören Vertreter folgender Vereinigungen und Gruppierungen an :

- Tourismusschöffe Stadt Eupen Michael Scholl
- Eifel Ardennen Verein : Hubert Keutgens
- Sektion Sonnentau Hans Ernst
- Stadtführer /Wanderführer Alfred Cormann
- Vertreter und Markierungsverantwortliche der GR : Horst Michels
- Private Wanderer Norbert Wetten, Roger Bollen
- Verkehrsverein Ewald Plumanns, Marion Decker
- Rat für Stadtmarketing Alfred Küchenberg, Walter Schneider, Alain Brock

Die Wanderung „Rund um Eupen“ ist das Vorzeigeprojekt des Arbeitskreises Wanderer. Dieser Wanderweg bietet auf der festgelegten Route einen tiefen Einblick in Eupens Sehenswürdigkeiten : Wald, Wiesen, Wasser (Talsperre), alte und neue Industrie und Architektur.

Im Mai wurden die Markierungen überprüft, ergänzt und gegebenenfalls ersetzt. In 2018 hat der Arbeitskreis, dem Wunsche vieler Eupener entsprechend, die Wanderung „Rund um Eupen“ auch in entgegengesetzter Richtung markiert.

Auch ist der Arbeitskreis in das Projekt „Wanderknotenpunkte“ der Tourismusagentur Ostbelgien eingebunden. Ausgehend von der Wanderung „Rund um Eupen“ wird im Norden der DG ein gemeindeübergreifendes Wanderwegnetz (nach dem Vorbild der Radknotenpunkte) angestrebt. Die verschiedenen Möglichkeiten der Anbindung und Verbindung mit den umliegenden Gemeinden wurden analysiert und durch Dany Heck (TAO) in die Karten eingetragen. Die Vorbereitungen dauern an.

#### Panoramaschilder in Eupen

In Zusammenarbeit mit der TAO wurden verschiedene Panoramatafeln auf dem Eupener Stadtgebiet geplant.

Zwei dieser Tafeln sollen auf dem Eupener Stadtgebiet aufgesetzt werden .

Die erste Tafel wird auf der Moorenhöhe errichtet. Von dort hat man einen tollen Blick über die Unterstadt. Die verschiedenen Texte mit interessanten Informationen zur Unterstadt wurden erstellt..

Die zweite Tafel wird am Limburger Weg aufgestellt. Von dort aus hat man den Blick auf sieben Kirchtürme. Auch für diesen Standort wurden die Begleittexte in den drei Landessprachen erstellt.

Das Projekt befindet sich in der Umsetzung. Die Einweihung der Tafeln ist für das Frühjahr 2019 geplant.

#### 100jahre Versailler Vertrag und Anbindung Eupen-Malmedy- St. Vith an Belgien

Wanderung entlang der Grenzsteine (preussische Grenze vor dem ersten Weltkrieg)

Auf Gebiet der Gemeinde Baelen hat sich eine Arbeitsgruppe „Baelen 4837 en actions / Sentiers et Patrimoine“ gegründet.

Anlässlich des 100jährigen Geburtstages des Versailler Vertrages und der Anbindung von Eupen-Malmedy-St. Vith plant diese Arbeitsgruppe ein gemeindeüberschreitendes Projekt. Geplant ist ein Wanderweg entlang der Grenzen von 1914 von Eupen bis an die luxemburgische Grenze.

Der Rat für Stadtmarketing ist in dieser Arbeitsgruppe durch Marc Herff (Arbeitskreis Wanderer), seinen Geschäftsführer sowie dem zuständigen Tourismusschöffen Michael Scholl.

## **2. Arbeitskreis Kultur**

Vertreten in diesem Arbeitskreis sind die Kulturträger, die über eine feste Struktur verfügen und Personal beschäftigen :

Chudosnik Sunergia :	René Janssen
Kulturelles Komitee :	Albert Piel
Ostbelgien Festival :	Steven Gass – Hans Reul

Ikob	Frank Thorsten Moll
Irene K. :	Alena Deckers
Sylvain Stiftung	Norbert Kreuzsch
Arbeitsgemeinschaft Karneval Eupen-Kettenis	Stephanie Plaire
Stadtmuseum Eupen	Catherine Weisshaupt
RSM	Alfred Küchenberg, Brigitte Haag, Alain Brock

Ziel des Arbeitskreises ist die Bündelung der Akteure mit gemeinsamen kulturellen Interessen, um sich auszutauschen, um nach Synergien zu suchen, um Probleme zu besprechen und um gegebenenfalls gemeinsame Aktionen zu definieren.

Die Treffen dieses Arbeitskreises finden alle 2 bis 3 Monate statt.

Der Arbeitskreis Kultur hat am Freitag, dem 19. Oktober zum achten Mal einen Kreativtag, erneut unter der Schirmherrschaft von Minister Oliver Paasch, organisiert.

200 Kinder sämtlicher 4 Schuljahre aus Eupen Kettenis hatten die Möglichkeit verschiedene Ateliers aus den Bereichen Tanz, Musik, Theater und Kunst zu belegen. Die Klassen wurden bunt gemischt. Jede Ateliergruppe zählte maximal 15 Schüler. So entstanden erneut eine Vielzahl neuer sozialer Kontakte

Die Service Clubs Rotary Eupen und Kiwanis Eupen unterstützten erneut dieses Projekt. Der Rest des Budgets wurde durch den RSM getragen.

Dem Ostbelgienfestival war es erneut gelungen die Lütticher Philharmoniker zu verpflichten

Kulturecho : das Eupener Kulturmagazin

Die Mitglieder des Arbeitskreises Kultur des Rates für Stadtmarketing haben eine gemeinsame Broschüre mit allen in Eupen stattfindenden Veranstaltungen von September 2017 bis März 2018 entworfen. Es ist die erste gemeinsame Aktion dieser Art.

Die Stadt Eupen hat dieses Projekt mit einem außergewöhnlichen Zuschuss finanziell unterstützt.

### **3. Arbeitskreis Tourismus**

Auf Anregung von Ministerin Isabelle Weykmans hat der RSM einen Arbeitskreis Tourismus ins Leben gerufen. Es sind in diesem Arbeitskreis vertreten :

Tourismusschöffe Stadt Eupen	Michael Scholl
Regierung DG	Leo Kreins
Gemeinschaftszentren DGG	Werner Baumgarten
Horeca Bereich	Arthur Genten
Hotel Bosten	Stefanie Mengels
Kloster Heidberg	Alain Masson
Hotel Tychon	Nick Vlaminck

Das Projekt „Eupen meets“ wurde umgesetzt.

Zielsetzung ist die Positionierung Eupens als Seminar- und Tagungsstätte und die damit verbundene Ausarbeitung touristischer Konzepte unter Berücksichtigung und Einbeziehung der Be- und entstehenden Hotel- und Kongressinfrastruktur.

Eine gemeinsame Internetpräsenz unter dem Label „Eupens-Kelmis-Lonten-Raeren meets“ unter Einbeziehung der nördlichen Gemeinden der DG (Raeren, Kelmis und Lontzen) wurde im Oktober 2015 realisiert und ist seitdem on-line.

Die verschiedenen Horecabetriebe haben die Möglichkeit sich dort zu präsentieren. Ein weiterer wichtiger Bereich ist die Freizeitgestaltung. Den potentiellen Seminarorganisatoren werden die verschiedenen Bausteine (Infrastruktur, Übernachtungen, Catering, Freizeitgestaltung,...) vorgestellt und jeder kann sich sein Paket zusammenstellen.

Die Erarbeitung der Angebote wird durch die beiden RSM Mitarbeiterinnen Marion Decker und Brigitte Haag gewährleistet.

Allerdings gestaltet sich die Zusammenarbeit mit den anderen Gemeinden schwierig (Informationen über Veranstaltung, Anwerbung von Horecabetreibern um sich auf dieser Seite zu präsentieren...)

Ein hochwertiger Flyer wurde entworfen um unsere Region als Seminar und Tagesstätte zu promoten. So werden nun in regelmäßigen Abständen Unternehmen aus Nordrhein-Westfalen angeschrieben.

Zusammenarbeit mit der Katholischen Universität Lüttich

Dank der Zusammenarbeit mit Catherine Müller (Geschäftsführerin Wirtschaft für Ostbelgien) konnten wir eine Kooperation mit der Masterklasse der Tourismusabteilung der Katholischen Universität Leuven eingehen. Vier Studenten, begleitet durch zwei Professoren, haben das Projekt zu ihrer Endarbeit 2018 gemacht.

These:

MICE in Ostbelgien auf die Landkarte setzen, die Zusammenarbeit zwischen den einzelnen Partnern stärken. All dies via bestehender Webpräsenz, die ebenfalls analysiert wird.

Catherine Müller (Wirtschaft für Ostbelgien), Arbeitskreismitglied Alain Masson (Kloster Heideberg) und der Geschäftsführer des RSM haben die Endarbeit begleitet.

Mittlerweile liegt die Endarbeit vor und kann die Basis für weitere strategische Entscheidungen sein bezüglich der MICE-Implementierung in unserer Region.

#### **4. Arbeitskreis Wirtschaft**

Der Arbeitskreis Wirtschaft wurde Ende 2012 eingesetzt.

Zusammensetzung :

Schöffe Mittelstand : Michael Scholl



Schöffe Einzelhandel :  
Wirtschaftsförderungsgesellschaft  
Wirtschafts & Sozialrat  
Juniorenkammer

Arthur Genten  
Nathalie Klinkenberg, Yannick Grosch  
Patrick Meyer  
Sven Cloth

Nach wie vor liegt der Schwerpunkt des Arbeitskreises auf der Bekämpfung des Leerstandes. Zur Zeit bieten wir Eupener Unternehmen die Möglichkeit an, sich in leerstehenden Geschäftsflächen zu präsentieren.

So hat das Eupener Unternehmen Asten-Johnson diese Möglichkeit genutzt sich zu Beginn des Jahres während mehreren Monaten auf der Klötzerbahn zu präsentieren.

Von November 2017 bis Ende Januar 2018 haben sich IAWM und ZAWM in der unteren Bergstraße präsentiert.

In der ehemaligen Bäckerei Rinck stellt seit Mitte November 2018 „die Alternative“ aus. Neben den bekannten Dienstleistungen hat „die Alternative“ nun die Möglichkeit auch ihre verschiedenen Produktionen : Hemden, Mützen, Kopfkissen,... vorzustellen.